



ISTITUTO SUPERIORE STATALE
TECNICO INDUSTRIALE E LICEO SCIENTIFICO OP. S.A.

FRANCESCO GIORDANI

CHIMICA, MATERIALI E BIOTECNOLOGIE
ELETTRONICA ED Elettrotecnica
INFORMATICA E TELECOMUNICAZIONI
MECCANICA E MECCATRONICA - TRASPORTI E LOGISTICA



<p>PROGRAMMAZIONE DEL DIPARTIMENTO DI DIRITTO ED ECONOMIA Indirizzo SISTEMA MODA</p>	<p>Disciplina</p>
<p>a.s. 2024 / 2025</p>	<p>Economia e Marketing delle Aziende della Moda</p>

<p>Referente</p>	<p>Gallicola Olimpia</p>
------------------	--------------------------

Indice

1	COMPETENZE CHIAVE PER L'APPRENDIMENTO PERMANENTE (22/05/2018).....	3
2	OBIETTIVI COGNITIVI E FORMATIVI	3
2.1	OBIETTIVI FORMATIVI RELATIVI ALLA DISCIPLINA.....	3
2.2	OBIETTIVI MINIMI	4
3	CONTENUTI DISCIPLINARI DI INTERCLASSE	5
4	CONTENUTI RELATIVI A MODULI INTERDISCIPLINARI DI CLASSE	5
5	METODOLOGIE.....	5
6	TIPOLOGIA DI VERIFICHE.....	5
7	CRITERI DI VALUTAZIONE.....	6
8	TABELLA DI VALUTAZIONE DEL PROFITTO (deliberata dal Collegio Docenti).....	6
9	OBIETTIVI COGNITIVI – FORMATIVI DISCIPLINARI	7
9.1	TERZO ANNO.....	7
9.1.1	PRIMO QUADRIMESTRE.....	7
9.1.2	SECONDO QUADRIMESTRE.....	8
9.2	QUARTO ANNO	Errore. Il segnalibro non è definito.
9.2.1	PRIMO QUADRIMESTRE.....	Errore. Il segnalibro non è definito.
9.2.2	SECONDO QUADRIMESTRE.....	Errore. Il segnalibro non è definito.
9.3	QUINTO ANNO.....	Errore. Il segnalibro non è definito.
9.3.1	PRIMO QUADRIMESTRE.....	Errore. Il segnalibro non è definito.
9.3.2	SECONDO QUADRIMESTRE.....	Errore. Il segnalibro non è definito.
10	GRIGLIA DI VALUTAZIONE PER LE VERIFICHE.....	Errore. Il segnalibro non è definito.

1 COMPETENZE CHIAVE PER L'APPRENDIMENTO PERMANENTE (22/05/2018)

I Regolamenti sul riordino dei diversi Istituti Secondari di Secondo Grado (D.D.P.P.R.R. 87, 88 e 89 del 15 marzo 2010) e le successive Linee guida per il passaggio al nuovo ordinamento degli Istituti Tecnici e degli Istituti Professionale e le Indicazioni nazionali per i Licei hanno indicato le finalità principali dei nuovi curricula che riguardano il successo formativo degli studenti, attraverso l'acquisizione di adeguate:

- competenze culturali (per lo sviluppo dei saperi fondamentali)
- competenze professionali (per l'occupabilità)
- competenze sociali (per la cittadinanza)

Le otto competenze chiave per l'apprendimento permanente

1. Competenza alfabetica funzionale

2. Competenza multilinguistica

3. Competenza matematica e competenza in scienze, tecnologie e ingegneria

4. Competenza digitale

5. Competenza personale, sociale e capacità di imparare a imparare

6. Competenza in materia di cittadinanza

7. Competenza imprenditoriale

8. Competenza in materia di consapevolezza ed espressione culturali

2 OBIETTIVI COGNITIVI E FORMATIVI

Gli obiettivi sono declinati per singola classe, riferiti al nuovo ordinamento dei Licei, Istituti tecnici e Professionali (D.P.R. 88 e 89 del 2010 e le Direttive 4-5 del 2012) e al profilo educativo, culturale e professionale (PECUP) e alle competenze disciplinari attese nel corso del quinquennio con l'articolazione dei saperi in conoscenze e abilità.

2.1 OBIETTIVI FORMATIVI RELATIVI ALLA DISCIPLINA

https://www.cislsuola.it/index.php?id=2872&tx_ttnews%5Btt_news%5D=22426&cHash=5acfeef772e0acf89ffdd7dcbd6c6d5 TECNICI

La disciplina "Economia e marketing delle aziende di moda" concorre a far conseguire allo studente, al termine del percorso quinquennale, i seguenti risultati di apprendimento relativi al profilo educativo, culturale e professionale: utilizzare i linguaggi settoriali delle lingue straniere previste dai percorsi di studio per interagire in diversi ambiti e contesti di studio e di lavoro; utilizzare le reti e gli strumenti informatici nelle attività di studio, ricerca e approfondimento disciplinare; saper interpretare il proprio autonomo ruolo nel lavoro di gruppo; intervenire nelle diverse fasi e livelli del processo produttivo, dall'ideazione alla realizzazione del prodotto, per la parte di propria competenza, utilizzando gli strumenti di progettazione, documentazione e controllo; riconoscere e applicare i principi dell'organizzazione, della gestione e del controllo dei diversi processi produttivi; riconoscere gli aspetti di efficacia, efficienza e qualità nella propria attività lavorativa

Secondo biennio e quinto anno

Competenze

- produrre testi argomentativi aventi come target riviste di settore;
- individuare i processi della filiera d'interesse e identificare i prodotti intermedi e finali dei suoi segmenti, definendone le specifiche;
- acquisire una visione sistemica dell'azienda e intervenire nei diversi segmenti della relativa filiera;
 - riconoscere e confrontare le possibili strategie aziendali, con particolare riferimento alla strategia di marketing di un'azienda del sistema moda
- utilizzare i principali concetti relativi all'economia e all'organizzazione dei processi produttivi e dei servizi

Secondo biennio

Conoscenze

- Disciplina giuridica dell'impresa, delle società di persone e di capitali.
- Strutture organizzative aziendali. Gruppi aziendali e poli del lusso.

- Segni distintivi delle aziende di moda.
- Attributi e benefici della Marca.
- Fattori di competitività dei brevetti industriali.
- Tipologie di contratti commerciali e bancari.
- Pianificazione aziendale e pianificazione di marketing.
- Marketing Management e marketing strategico.
- Strategie e processi di segmentazione del mercato.
- Tecniche per la costruzione delle mappe di posizionamento.

Abilità

- Individuare gli elementi soggettivi, oggettivi e funzionali dell'impresa.
- Definire la struttura e il funzionamento dei modelli organizzativi aziendali.
- Riconoscere l'importanza delle componenti immateriali di un'azienda.
- Distinguere i contratti tipici e atipici del sistema moda in base alle loro caratteristiche.
- Individuare le funzioni degli intermediari finanziari nella vita di un'azienda.
- Riconoscere i rapporti che l'azienda di moda instaura con l'ambiente economico, finanziario, legislativo, culturale, demografico, geografico. Individuare gli obiettivi di un'impresa collegando quelli generali con quelli specifici di marketing. Individuare i fattori conoscitivi per l'analisi del target di riferimento e utilizzarli per cogliere le opportunità del mercato.
- Utilizzare mappe di posizionamento per definire la percezione dell'immagine dell'azienda nei confronti della concorrenza da parte del consumatore.

Quinto anno

Conoscenze

- Struttura del patrimonio aziendale.
- Budget e costi.
- Analisi di convenienza economica.

Abilità

- Analizzare la composizione del patrimonio aziendale e la relazione tra investimenti e finanziamenti.
- Effettuare calcoli per analisi di convenienza economica.
- Operare scelte in relazione a tipologia, caratteristiche, prezzo,

2.2 OBIETTIVI MINIMI

Il Dipartimento stabilisce i seguenti **obiettivi minimi obbligatori** in termini di conoscenze, abilità competenze per le singole classi (anche per il recupero).

Classe	Competenze	Abilità	Conoscenze
TERZA	<p>Da raggiungere a livello base</p> <ul style="list-style-type: none"> • Riconoscere le caratteristiche essenziali del sistema socioeconomico per orientarsi nel tessuto produttivo del proprio territorio • Identificare i bisogni e gli strumenti di analisi del territorio • Utilizzare il linguaggio e i metodi della matematica per organizzare e valutare adeguatamente informazioni quantitative • Riconoscere le caratteristiche essenziali del sistema imprenditoriale per orientarsi nel tessuto produttivo del proprio territorio 	<ul style="list-style-type: none"> • Classificare i bisogni e distinguere bisogni e desideri • Individuare le diverse tipologie di beni e servizi • Definire e riconoscere le fasi dell'attività economica • Distinguere i vari tipi di impresa, • spiegare la funzione dei segni distintivi dell'azienda • Riconoscere le società di persone e di capitali • Eseguire semplici operazioni, utilizzando rapporti, proporzioni e 	<ul style="list-style-type: none"> • I fondamenti dell'attività economica • Principi di organizzazione aziendale • L'imprenditore e l'impresa • Classificazione delle imprese • Conoscere il concetto di 'azienda, • Il contratto di società • I caratteri fondamentali dei diversi tipi di società • La tracciabilità e rintracciabilità nelle

<ul style="list-style-type: none"> Riconoscere le produzioni tradizionali del territorio e valorizzarle dal punto di vista creativo e tecnico Interpretare vision e mission aziendali e partecipare ad attività legate alla pianificazione strategica 	<ul style="list-style-type: none"> calcoli percentuali Distinguere i concetti di tracciabilità e rintracciabilità nelle filiere produttive Localizzare i principali settori produttivi 	<ul style="list-style-type: none"> filiere produttive Principi di pianificazione e programmazione delle attività
---	---	--

3 CONTENUTI DISCIPLINARI DI INTERCLASSE

Il Dipartimento, qualora ne ravvisi la necessità, stabilisce i seguenti argomenti e/progetti da sviluppare e/o approfondire tra classi in parallelo:

Classi Terze	Saranno individuati nei singoli piani di lavoro
---------------------	---

4 CONTENUTI RELATIVI A MODULI INTERDISCIPLINARI DI CLASSE

Il Dipartimento, qualora ne ravvisi la necessità, stabilisce i seguenti argomenti e/progetti da Il Dipartimento stabilisce i seguenti argomenti e/o progetti da sviluppare e/o approfondire in moduli interdisciplinari di classe:

Classe Terza	La dark fashion
---------------------	-----------------

5 METODOLOGIE (METTERE UNA X PER SCEGLIERE)

x	Lezione frontale <i>(presentazione di contenuti e dimostrazioni logiche)</i>	x	Cooperative learning <i>(lavoro collettivo guidato o autonomo)</i>
x	Lezione interattiva <i>(discussioni sui libri o a tema, interrogazioni collettive)</i>	x	Problem solving <i>(definizione collettiva)</i>
x	Lezione multimediale <i>(utilizzo della LIM, di PPT, di audio video)</i>		Attività laboratoriali <i>(esperienza individuale o di gruppo)</i>
x	Lettura e analisi diretta dei testi <i>(manuali, schemi, tabelle)</i>		Esercitazioni pratiche
x	Peer Tutoring		Altro

6 TIPOLOGIA DI VERIFICHE (METTERE UNA X PER SCEGLIERE)

	Risoluzione di problemi		Lavori di gruppo
	Test a riposta aperta		Test strutturato
	Test semistrutturato		Prove Comuni per classi terze
x	Verifiche orali		Simulazione prove Esame di Stato
	...		Altro _____

Numero delle verifiche:

UN CONGRUO NUMERO DI VERIFICHE DI TIPOLOGIA DIVERSA (SCRITTA, ORALE, PRATICA), IN RIFERIMENTO ALLE TIPOLOGIE DI VERIFICA PER OGNI SINGOLA DISCIPLINA SCELTE.

7 CRITERI DI VALUTAZIONE

Per la valutazione saranno adottati i criteri stabiliti dal POF d'Istituto e le griglie elaborate dal Dipartimento relative alle verifiche scritte, pratiche ed orali prescelte allegate alla presente programmazione. Il singolo docente ha facoltà di scegliere una diversa tipologia di verifica allegando la griglia di valutazione della stessa. La valutazione terrà conto di:

X	Livello individuale di acquisizione di conoscenze	x	Impegno
X	Livello individuale di acquisizione di abilità e competenze	x	Partecipazione
X	Progressi compiuti rispetto al livello di partenza	x	Frequenza
X	Interesse	x	Comportamento

8 TABELLA DI VALUTAZIONE DEL PROFITTO (deliberata dal Collegio Docenti)

LIVELLI	VOTI in10'	GIUDIZI DEL PROFITTO (riferiti a competenze ed abilità)
Totalmente negativo	1-2/10	<ul style="list-style-type: none"> - Totale mancanza di conoscenze e di abilità applicative - Totale disorganizzazione nel lavoro ed in laboratorio - Inesistente partecipazione ed interesse alle attività didattiche - Assoluta povertà degli strumenti comunicativi - Incapacità ad utilizzare gli ausili didattici
Del tutto insufficiente	3/10	<ul style="list-style-type: none"> - Gravissime lacune nelle conoscenze e nelle abilità applicative - Gravissima disorganizzazione nel lavoro ed in laboratorio - Scarsissima partecipazione ed interesse alle attività didattiche - Gravissime lacune negli strumenti comunicativi - Gravissima difficoltà ad utilizzare gli ausili didattici
Gravemente insufficiente	4/10	<ul style="list-style-type: none"> - Gravi lacune nelle conoscenze e nelle abilità applicative - Grave disorganizzazione nel lavoro ed in laboratorio - Scarsa partecipazione ed interesse alle attività didattiche - Gravi lacune negli strumenti comunicativi - Gravi difficoltà ad utilizzare gli ausili didattici
Insufficiente	5/10	<ul style="list-style-type: none"> - Conoscenze frammentarie ed abilità applicative modeste - Mediocre organizzazione nel lavoro ed in laboratorio - Modesta partecipazione ed interesse alle attività didattiche - Strumenti comunicativi non sempre appropriati - Difficoltà nell'utilizzo degli ausili didattici
Sufficiente	6/10	<ul style="list-style-type: none"> - Conoscenze essenziali e sufficienti abilità applicative - Sufficiente organizzazione nel lavoro ed in laboratorio - Normale partecipazione ed interesse alle attività didattiche - Strumenti comunicativi accettabili - Corretto utilizzo degli ausili didattici
Discreto	7/10	<ul style="list-style-type: none"> - Conoscenze assimilate ed adeguate abilità applicative - Adeguate capacità di organizzazione nel lavoro ed in laboratorio - Attiva partecipazione ed interesse alle attività didattiche - Strumenti comunicativi appropriati - Autonomo utilizzo degli ausili didattici

Buono	8/10	<ul style="list-style-type: none"> - Padronanza delle conoscenze e piena acquisizione delle Abilità applicative - Buona organizzazione nel lavoro ed in laboratorio - Responsabile ed attiva partecipazione ed interesse alle attività didattiche - Buon controllo degli strumenti comunicativi - Buona autonomia nell'utilizzo degli ausili didattici
Ottimo	9/10	<ul style="list-style-type: none"> - Conoscenze ampie ed approfondite, piena e creativa acquisizione delle abilità applicative - Ottima e precisa organizzazione nel lavoro ed in laboratorio - Costruttiva e responsabile partecipazione ed interesse alle abilità didattiche - Ricchezza degli strumenti comunicativi - Ottima padronanza nell'utilizzo degli ausili didattici
Eccellente	10/10	<ul style="list-style-type: none"> - Conoscenze complete, ricche ed autonome - Acquisizione e rielaborazione critica delle abilità applicative - Eccellente e pienamente autonoma organizzazione nel lavoro e nelle attività laboratoriali - Partecipazione ed interesse di eccellente livello, con contributi ed iniziative di supporto per il gruppo classe - Efficaci, originali ed eccellenti strumenti comunicativi - Sicura e piena padronanza nell'utilizzo degli ausili didattici

9 OBIETTIVI COGNITIVI – FORMATIVI DISCIPLINARI

9.1 TERZO ANNO

9.1.1 PRIMO QUADRIMESTRE

Unita di apprendimento 1: I fondamenti dell'economia		
COMPETENZE	CONOSCENZE	ABILITÀ
<ul style="list-style-type: none"> • Riconoscere le caratteristiche essenziali del sistema socioeconomico per orientarsi nel tessuto produttivo del proprio territorio • Identificare i bisogni e gli strumenti di analisi del territorio • Utilizzare il linguaggio e i metodi della matematica per organizzare e valutare adeguatamente informazioni quantitative 	<ul style="list-style-type: none"> • Bisogni, beni economici e servizi • I fondamenti dell'attività economica • Principi di organizzazione aziendale 	<ul style="list-style-type: none"> • Classificare i bisogni e distinguere bisogni e desideri • Individuare le diverse tipologie di beni e servizi • Definire e riconoscere le fasi dell'attività economica • Identificare le attività svolte dalle funzioni aziendali e i collegamenti tra esse
Unita di apprendimento 2: L'attività economica e l'impresa		
<ul style="list-style-type: none"> • Riconoscere le caratteristiche essenziali del sistema socioeconomico per orientarsi nel tessuto produttivo del proprio territorio • Identificare i bisogni e gli 	<ul style="list-style-type: none"> • L'imprenditore e l'impresa • Classificazione delle imprese • Imprese individuali e collettive • Conoscere il concetto di 'azienda, i segni distintivi, il trasferimento dell'azienda, la tutela del consumatore e la disciplina dell'azienda 	<ul style="list-style-type: none"> • Distinguere i vari tipi di impresa • Descrivere la normativa relativa all'azienda • Individuare e analizzare gli elementi soggettivi, oggettivi, funzionali e finalistici dell'impresa, individuare le norme generali di riferimento

<p>strumenti di analisi del territorio</p> <ul style="list-style-type: none"> • Individuare e accedere alla normativa riguardante le società • Utilizzare il linguaggio e i metodi della matematica per organizzare e valutare adeguatamente informazioni quantitative 		<p>applicabili alle diverse fattispecie</p> <ul style="list-style-type: none"> • Spiegare la funzione dei segni distintivi dell'azienda e le motivazioni dei limiti della concorrenza
--	--	--

Unita di apprendimento 3: Imprese collettive: le società

<ul style="list-style-type: none"> • Riconoscere le caratteristiche essenziali del sistema socioeconomico per orientarsi nel tessuto produttivo del proprio territorio • Identificare i bisogni e gli strumenti di analisi del territorio • Individuare e accedere alla normativa riguardante le società • Utilizzare il linguaggio e i metodi della matematica per organizzare e valutare adeguatamente informazioni quantitative 	<ul style="list-style-type: none"> • Il contratto di società • I requisiti del contratto di società • I caratteri fondamentali dei diversi tipi di società 	<ul style="list-style-type: none"> • Distinguere imprese individuali e collettive • Riconoscere le società di persone e di capitali • Descrivere i caratteri fondamentali dei vari tipi di società
--	---	---

9.1.2 SECONDO QUADRIMESTRE

Unita di apprendimento 4: Strumenti operativi

COMPETENZE	CONOSCENZE	ABILITÀ
<ul style="list-style-type: none"> • Riconoscere le caratteristiche essenziali del sistema socioeconomico per orientarsi nel tessuto produttivo del proprio territorio • Identificare i bisogni e gli strumenti di analisi del territorio • Individuare e accedere alla normativa riguardante le società • Utilizzare il linguaggio e i metodi della matematica per organizzare e valutare adeguatamente informazioni quantitative 	<ul style="list-style-type: none"> • Rapporti , proporzioni e calcolo percentuale • Tabelle e grafici 	<ul style="list-style-type: none"> • Costruire e interpretare grafici e tabelle • Eseguire semplici operazioni , utilizzando rapporti, proporzioni e calcoli percentuali

Unita di apprendimento 5: il sistema imprenditoriale italiano

<ul style="list-style-type: none"> • Riconoscere le caratteristiche essenziali del sistema imprenditoriale per orientarsi nel tessuto produttivo del proprio territorio • Riconoscere le produzioni tradizionali del territorio e valorizzarle dal punto di vista creativo e tecnico • Interpretare vision e mission aziendali e partecipare ad attività legate alla pianificazione strategica 	<ul style="list-style-type: none"> • Localizzazione ,delocalizzazione e reshoring • Le filiere produttive e i distretti industriali 	<ul style="list-style-type: none"> • Distinguere i concetti di tracciabilità e rintracciabilità nelle filiere produttive • Interpretare le scelte di delocalizzazione e back reshoring • Localizzare i principali settori produttivi
---	---	---

Unità di apprendimento 6: strategie imprenditoriali

<ul style="list-style-type: none"> • Riconoscere le caratteristiche essenziali del sistema imprenditoriale per orientarsi nel tessuto produttivo del proprio territorio • Riconoscere le produzioni tradizionali del territorio e valorizzarle dal punto di vista creativo e tecnico • Interpretare vision e mission aziendali e partecipare ad attività legate alla pianificazione strategica 	<ul style="list-style-type: none"> • Principi di pianificazione e programmazione delle attività • Vision e mission aziendali • Strategie competitive 	<ul style="list-style-type: none"> • Riconoscere i principali vantaggi di una strategia di marketing efficace • Distinguere la vision dalla mission • Distinguere la giusta strategia competitive per ciascun segmento di mercato prescelto
---	---	--

10 OBIETTIVI COGNITIVI – FORMATIVI DISCIPLINARI

10.1 QUARTO ANNO

10.1.1 PRIMO QUADRIMESTRE

Unità di Apprendimento 1	Inquadrare le attività di marketing delle imprese	
Competenze	Abilità/Capacità	Conoscenze

<ul style="list-style-type: none"> • -Inquadrare l'attività di marketing nel ciclo di vita aziendale • Riconoscere e confrontare le possibili strategie aziendali • Individuare le tendenze dei mercati locali 	<ul style="list-style-type: none"> • -saper riconoscere i vari tipi di mercato • -saper distinguere le attività tipiche del marketing strategico e operativo • -saper riconoscere i fattori del microambiente • -saper individuare i fattori del macroambiente 	<ul style="list-style-type: none"> • Conoscere il concetto di marketing e di mercato • conoscere i principi guida del marketing • conoscere il significato di marketing strategico e operativo • -conoscere il significato di marketing interno ed esterno • -conoscere la differenza tra microambiente e macroambiente
<p>Periodo: settembre/ ottobre</p>		

Unità di Apprendimento n. 2	Programmare le attività di marketing strategico	
Competenze	Abilità/Capacità	Conoscenze
<p>-Interagire nell'area marketing per le attività relative al mercato e finalizzate al raggiungimento della customer satisfaction</p>	<ul style="list-style-type: none"> -saper individuare le fonti informative -saper riconoscere le fasi del processo di ricerca di marketing -saper valutare i segmenti e scegliere il mercato obiettivo -saper riconoscere le strategie di copertura del mercato 	<ul style="list-style-type: none"> -conoscere i fattori che incidono sul comportamento d'acquisto del consumatore -conoscere i vari tipi di comportamento d'acquisto -conoscere i concetti di sistema informativo di marketing e di ricerca di marketing -conoscere i concetti segmentazione e le differenti tipologie utilizzabili nella pratica -conoscere il concetto di posizionamento

Periodo: novembre/ dicembre/gennaio

10.1.2 SECONDO QUADRIMESTRE

Unità di Apprendimento n. 3	Applicare gli strumenti del marketing operativo	
Competenze	Abilità/Capacità	Conoscenze
-Utilizzare gli strumenti informatici per realizzare attività comunicative -Utilizzare gli strumenti di comunicazione e di team working per intervenire nell'area marketing	-saper analizzare l'ampiezza e la profondità di una linea di prodotti -saper identificare le caratteristiche di un marchio -distinguere i canali di distribuzione e i loro vantaggi e svantaggi -individuare le principali formule distributive -saper definire gli obiettivi di una campagna pubblicitaria	-conoscere e comprendere il concetto di prodotto -conoscere la classificazione dei prodotti di consumo -conoscere il concetto di marca -conoscere il concetto di prezzo e i fattori che incidono sulla politica dei prezzi -conoscere i principali intermediari nella distribuzione -conoscere il concetto di promozione e le varie modalità comunicative
Periodo : febbraio/ marzo/aprile		

Unità di Apprendimento n. 4 Il marketing interattivo

Competenze	Abilità/Capacità	Conoscenze
-------------------	-------------------------	-------------------

<ul style="list-style-type: none"> -Utilizzare gli strumenti informatici per realizzare attività comunicative -Utilizzare gli strumenti di comunicazione e di team working per intervenire nell'area marketing 	<ul style="list-style-type: none"> saper riconoscere le opportunità del web marketing -saper descrivere i principali strumenti di web marketing saper distinguere opportunità e limiti di ogni media a livello di marketing 	<ul style="list-style-type: none"> -conoscere il significato di web marketing e i suoi principali strumenti operativi riconoscere la classificazione dei social media -conoscere le caratteristiche dei vari social media
Periodo : maggio		

11. GRIGLIE DI VALUTAZIONE PROVE ORALI

LIVELLI Espressi in voti decimali	CONOSCENZE	COMPETENZE (chiarezza e correttezza espositiva dei concetti appresi)	CAPACITA' (analisi, sintesi, di rielaborazione)
1-2	L'alunno non risponde ad alcun quesito	Nessuna	Nessuna
3	Possiede una conoscenza quasi nulla dei contenuti	L'esposizione è carente nella proprietà lessicale, nella fluidità del discorso	Non effettua alcun collegamento logico, non è in grado di effettuare né analisi né alcuna forma di rielaborazione dei contenuti
4	La conoscenza dei contenuti è in larga misura inesatta e carente	Espone in modo scorretto, frammentario	Analisi e sintesi sono confuse, con collegamenti impropri
5	L'alunno possiede una conoscenza parziale e confusa dei contenuti	Espone in modo scorretto, poco chiaro con un lessico povero e non appropriato	Opera pochi collegamenti se guidato, con scarsa analisi e sintesi quasi inesistente
6	Conosce i contenuti nella loro globalità	Espone i contenuti fondamentali in modo semplice, scolastico	Analisi e sintesi sono elementari senza approfondimenti autonomi né critici
7	Ha una conoscenza sostanzialmente completa dei contenuti	Espone in modo coerente e corretto, con un lessico quasi del tutto appropriato	È capace di operare collegamenti dimostrando di avere avviato un processo di rielaborazione critica con discrete analisi e sintesi
8	La conoscenza dei contenuti è buona	Espone correttamente utilizzando un lessico appropriato	È capace di analizzare, sintetizzare e organizzare in modo logico e autonomo i contenuti
9	Conosce e comprende i temi trattati in modo critico, approfondito e personale	Espone in maniera ricca, elaborata, personale con un lessico sempre appropriato	È capace di rielaborare in modo critico e autonomo i contenuti, effettuando analisi approfondite e sintesi complete ed efficaci

10	È in grado di organizzare le sue conoscenze in maniera autonoma, individuando opportuni collegamenti interdisciplinari	Espone in maniera completa, personale ed accurata, utilizzando un lessico sempre appropriato	Sa utilizzare le competenze acquisite in situazioni nuove ed esprime valutazioni personali
-----------	--	--	--